

цесі створення рекламного тексту варто враховувати все вищезазначені норми.

Найпоширенішою помилкою в рекламних текстах, за нашими спостереженнями, є неправильне слововживання, що відбувається внаслідок неправильного перекладу рекламного тексту з іноземної мови та калькування, найчастіше з російської. Наприклад, «приймати участь» замість правильного «брати участь», «самі низькі ціни», а не «найнижчі ціни». Іншою причиною може бути нехтування морфологічними, орфографічними нормами української літературної мови. Наприклад, «кия-не» замість правильного «кияни», «річъ» замість «річ», «здоров'є» замість «здоров'я».

Грамотно складений рекламний текст є ознакою культури мовлення, адже це перше, що помічають гості міста чи країни, це те, що закріплюється в підсвідомості суспільства, відбиває рівень розвитку літературної мови та інтелектуального фонду нації.

Останнім часом реклама стала невід'ємною частиною засобів масової інформації, що оформлюються різновидом літературної мови зі своїми закономірностями у змісті та формі. Мова ЗМІ безпосередньо впливає на розвиток літературної мови, про що зазначив І. Драч: «Диктори й журналісти – це не тільки добрі знавці мови, вони активні учасники її розвитку й оновлення».

Маємо бути соціально свідомими та активними громадянами! Мова – національний скарб, і наше завдання полягає в тому, щоб поводитися з нею дбайливо, примножуючи й удосконалюючи її.

Калмикова Д.
КЗ «ХГПА»

ОСОБЛИВОСТІ ВЖИВАННЯ АНТРОПОНІМІВ У РОМАНІ ЛІНИ КОСТЕНКО «МАРУСЯ ЧУРАЙ»

Процеси становлення й еволюції формули називання особи тісно пов'язані зі звичаями й особливостями духовної культури народу, його історією. У системі наших власних найменувань, що склалася протягом минулих віків, відбито особливості суспільної, господарської, культурної й мовної діяльності народу на різних історичних етапах. У мовознавчих виданнях опубліковано дослідження з антропоніміки таких авторів, як Л. Л. Гумецька, В. В. Німченко, О. Б. Ткаченко.

Об'єктом вивчення мовознавців до цього часу не були антропоніми роману «Маруся Чурай», які дають цінні відомості про культуру українського народу, уплітають її в усесвітню культуру, об'єднують рі-

зні етносоціальні спільноти. Це й зумовило актуальність нашого дослідження.

Мета розвідки – аналіз антропонімів як інтертекстуальних елементів на матеріалі історичного роману у віршах Ліни Костенко «Маруся Чурай».

Ономастичний простір роману «Маруся Чурай» має свої особливості, які коригуються тим, що йдеться про «історичний роман у віршах». Велика кількість персонажів, що перебувають у взаємодії, зростання вагомості сюжету в жанрі роману помітно підвищують відсоток прямого, номінативного вжитку власних назв. Ознака твору «історичний» вимагає побудови автентичного онімічного хронотопу, а ознака «у віршах» – поезії. І це виявляється щоразу в ужитку кожного оніма роману (*онім* з латинської – назва, ім'я).

Чітка окресленість власних найменувань виявляється в тому, що вони, як правило, не вигадані, а реально й документально зафіксовані. Окрім того, вони позначають назви історично значущих об'єктів та осіб. Уживання їх зумовлене насамперед точністю, достовірністю, правдивістю поданої інформації. Можна сказати, що в цьому випадку власні найменування виконують свою первинну функцію – називну, а також вторинну – інформативно-національну, створюючи інформаційне поле.

Отже, антропоніми в романі Ліни Костенко «Маруся Чурай» – це результат ретельного авторського добору. Створюючи своєрідні мікротексти, вони допомагають локалізувати зображуване в просторі й часі, надати йому національного забарвлення. Антропоніми твору виконують певну стилістичну та художню функції, характеризують мову і стиль автора, стають засобом вираження авторської модальності.

Кривушкіна І.
ХНУРЕ

ОСОБЛИВОСТІ МАШИННОГО ПЕРЕКЛАДАННЯ АНГЛОМОВНИХ ФРАЗЕОЛОГІЗМІВ УКРАЇНСЬКОЮ МОВОЮ

Системи машинного перекладу текстів з одних природних мов на інші моделюють роботу людини-перекладача. Їх ефективність залежить насамперед від того, у якому ступені в них ураховуються об'єктивні закони функціонування мови й мислення. Ці закони поки що недостатньо вивчені. Тому, вирішуючи завдання машинного перекладу, необхідно враховувати багатий досвід міжнаціонального спілкування й досвід перекладацької діяльності, накопичений людством. Цей досвід свідчить